CANADEXPORT

www.canadexport.gc.ca

Volume 23 > Numéro 18
1er novembre 2005

DANS CE NUMÉRO | DÉBOUCHÉS À ATLANTA >

Le Canada intensifie le commerce avec la Russie et l'Ukraine

Moscou, Russie > Le ministre du Commerce international, Jim Peterson, a effectué une visite à Moscou, en Russie, et à Kiev, en Ukraine, du 11 au 15 octobre, pour souligner le désir du Canada d'accroître ses échanges commerciaux avec les deux pays. La Russie et l'Ukraine ont toutes deux un formidable potentiel économique, et le ministre Peterson a profité de la visite pour discuter des moyens de renforcer les liens commerciaux et d'améliorer l'environnement relatif au commerce et aux investissements pour les entreprises canadiennes actives dans la région.

À Moscou, le ministre Peterson a annoncé que le Canada intensifiera ses efforts pour que les négociations russo-canadiennes sur l'accession de la Russie à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) aboutissent avant la fin de 2005.

« Nous devons veiller, et nous veillerons effectivement, à travailler en vue de parvenir à une entente sur l'accession de la Russie à l'OMC d'ici à la mi-décembre, a déclaré le ministre Peterson. Nous avons demandé aux négociateurs de s'employer ensemble, et avec énergie, à faire des progrès dans les domaines qui nécessitent encore le plus de discussions, y compris l'accès au marché. »

Il a aussi rencontré les ministres russes de l'Économie et du Commerce et a assisté à la réunion inaugurale du Conseil commercial Canada-Russie. Les échanges bilatéraux Canada-Russie ont pratiquement triplé au cours des deux dernières années. On s'attend à ce que les exportations canadiennes dépassent les 600 millions de dollars cette année et que les échanges bilatéraux atteignent plus de 2 milliards de dollars. Les exportations vers la

voir page 3 > Russie et Ukraine

Les jeunes du Canada s'initient aux affaires internationales

Le programme Jeunes professionnels à l'international (JPI) est un volet important de la Stratégie emploi jeunesse du gouvernement du Canada. Depuis 1997, il a subventionné plus de 85 organisations qui ont assuré le placement à l'étranger de plus de 4 000 jeunes Canadiens dans des domaines axés sur la carrière. Il s'agit de jeunes diplômés universitaires de moins de 30 ans.

La prospérité du Canada ne tient pas seulement à de bonnes politiques économiques intérieures; elle tient aussi à la capacité des Canadiens de réussir dans un monde où les affaires connaissent de moins en moins de frontières. Au cours de ses huit premières années d'existence, le programme JPI a fait en sorte que 1 500 placements donnent à des jeunes la possibilité d'acquérir des compétences essentielles en commerce international. Les placements ont eu lieu dans des domaines très variés : développement des exportations, environnement, technologies d'information, études de

voir page 2 > Les jeunes du Canada

2007-01892/

Les jeunes du Canada – suite de la page 1

marché, sciences et technologie, développement durable, organisation matérielle de missions commerciales et politique commerciale.

Par exemple, le Langara College est parvenu à placer une cinquantaine de jeunes dans des organismes du secteur privé en Amérique latine, essentiellement dans les domaines de la commercialisation, des finances, des études de marché, de l'ingénierie, du graphisme et de la conception de sites Web. L'Université du Québec à Montréal a organisé plus de 75 placements en commerce international, principalement en Afrique, en Europe et en Amérique latine.

Le Centre for Russian and Eastern European Studies de l'Université de Toronto a placé plus de 150 jeunes professionnels au sein d'entreprises d'Europe orientale et de Russie, dans des postes qui leur permettront de se perfectionner et de poursuivre une carrière internationale. Ces partenariats créent des réseaux et permettent l'échange d'informations et d'idées nouvelles entre les milieux universitaires et les milieux d'affaires, facilitant ainsi la création de liens en matière de commerce et d'investissement dans la région.

Marta Filipczak, jeune diplômée qui travaille actuellement en Hongrie dans le cadre de ce programme, estime que cet emploi à l'étranger lui a justement apporté ce qu'il lui fallait pour se lancer sur le marché du travail une fois ses études universitaires terminées. « La perspective de retourner au Canada en vue d'y occuper un emploi m'inquiète moins qu'au moment de l'obtention de mon diplôme. »

Après leur placement, certains participants au programme JPI continuent de travailler à l'étranger; ils servent ainsi de point de contact au sein du réseau international du Canada. D'autres reviennent travailler au pays, forts de compétences nouvelles : connaissance des langues, familiarité avec d'autres cultures et milieux commerciaux et capacité peu commune de s'adapter à un marché du travail en évolution. Dans tous les cas, leur présence à l'étranger nous rappelle sans cesse non seulement la capacité d'innovation et la vitalité du Canada, mais aussi son engagement envers la communauté internationale.

À chaque automne, les entreprises et les organisations intéressées sont invitées à présenter une demande au programme JPI. Les subventions sont accordées en avril, et la plupart des placements débutent en juin de chaque année. Les entreprises qui souhaitent profiter de l'expérience internationale d'un ancien stagiaire peuvent faire parvenir une courte description de poste à l'adresse ypi-jpi@international.gc.ca.

Renseignements : www.international.gc.ca/ypi-jpi.

Mission commerciale en Europe centrale

Ottawa > Mark Eyking, secrétaire parlementaire du ministre du Commerce international, dirigera en Europe centrale une délégation d'entreprises canadiennes triées sur le volet pour recueillir des renseignements sur les marchés et trouver des débouchés. La délégation se rendra en Hongrie, en République tchèque et en Pologne, du 3 au 9 novembre.

La mission portera sur les industries du transport et de l'environnement dans ces trois pays. En outre, les sociétés intéressées par les produits de construction, les technologies de communication et d'information et l'agroalimentaire sont invitées à se joindre à M. Eyking en Hongrie et en République tchèque. La mission comportera des séminaires, des visites de sièges d'investissements canadiens dans la région, des activités de réseautage et des rencontres organisées dans le but de répondre aux attentes spécifiques des entreprises.

Renseignements : Tammy Ames, déléguée commerciale pour l'Europe centrale, Commerce international Canada, tél. : (613) 996-7107, courriel : tammy.ames@international.gc.ca.

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada.
Tirage : 51 000 exemplaires

Also available in English.

ISSN 08233349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en vue de la revente à des fins commerciales ou de la redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

RÉDACTION
Yen Le, Aaron Annable, Jean-Philippe Dumas

SITE WEB
www.canadexport.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.
Convention de la poste-publication n° 40064047

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7114
Téléc. : (613) 992-5791
canadexport@international.gc.ca

Recourrir toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

matt & nat fait la conquête du marché européen

Montréal > Via Vegan est une entreprise d'accessoires de « mode végétalienne » qui obtient beaucoup de succès. C'est cette entreprise de Montréal qui est derrière la marque matt & nat. Alors qu'il étudiait à l'Université Concordia, le fondateur de l'entreprise, Inder Bedi, a eu l'idée de répondre à la demande grandissante de produits et accessoires de mode « sans cruauté envers les animaux ». Bedi a constaté qu'il y avait un important vide à combler sur ce marché. Il a donc ciblé ce créneau qui allie la culture végétalienne et la mode en créant des sacs de similicuir très chics selon une approche respectueuse de l'environnement tant sur le plan de la conception des produits que des matières utilisées.

Il y a quatre ans, Manny Kohli s'est associé avec Inder Bedi et a fait bénéficier matt & nat de son expertise dans la vente et la logistique. C'est notamment grâce à lui que l'entreprise a pu franchir l'étape suivante. Combinant ses talents, le duo a su implanter une marque dont le style particulier est apprécié autant des végétariens que des non-végétariens. La marque matt & nat est offerte partout aux États-Unis et au Canada chez plusieurs détaillants bien connus comme Caban, Browns et Fred Segal.

En 2004, matt & nat était prête à lancer sa ligne de produits à l'extérieur du marché nord-américain. Avant de s'installer en Europe, Bedi et Kohli ont voulu tester leurs sacs sur les marchés européens. Après avoir évalué diverses possibilités, ils ont décidé de présenter leurs sacs dans un salon professionnel à Londres. Cette première exposition s'est avérée un immense succès. L'intérêt suscité par leurs produits, ainsi que le nombre de commandes obtenues, ont dépassé de loin toutes leurs attentes. C'est à ce moment-là qu'ils ont décidé d'ouvrir un bureau à Londres. En 2005, ils ont fait un investissement important et exposé leurs produits dans plusieurs salons dans tout le Royaume-Uni. Des contacts ont été établis, ce qui leur a permis de trouver une salle d'exposition pour présenter leur collection. Un entrepôt au Royaume-Uni s'occupe maintenant de la distribution des produits aux clients européens; les deux hommes ont vite compris que leurs clients voulaient examiner la collection la plus récente à leur guise, sans payer de frais d'envois internationaux.

À ce jour, plus de 70 magasins en Europe offrent la collection matt & nat. Cela aurait été impossible sans établir une présence au Royaume-Uni. Pari tenu : matt & nat est là pour rester!

Renseignements : matt & nat, courriel : info@mattandnat.com, site Web : www.mattandnat.com.

Russie et Ukraine

suite de la page 1

Russie ont augmenté de 24 % en 2004 et à nouveau de 47 % au cours des sept premiers mois de 2005, la plupart des gains étant enregistrés dans les secteurs de la machinerie et des produits alimentaires.

Le Canada veut contribuer à bâtir l'avenir économique de la Russie, notamment en œuvrant en faveur de son accession à l'OMC. Les pourparlers bilatéraux en ce sens se sont poursuivis à Moscou, et des progrès importants ont été réalisés. L'accès des produits agricoles canadiens au marché russe demeure l'une des grandes questions en suspens.

La similitude des climats, les ressources naturelles, les terres agricoles et la géographie font du Canada et de la Russie des partenaires complémentaires dans plusieurs secteurs, notamment l'énergie, les mines et la métallurgie, les transports ainsi que les technologies d'information et de communication.

À Kiev, le ministre Peterson a rencontré le premier ministre Yuriy Yekhanurov ainsi que le ministre de l'Économie, Arseniy Yatseniuk, et le ministre des Affaires étrangères, Boris Tarasiuk. Il a participé également à une réunion du Club d'affaires canadien.

Le commerce bilatéral avec l'Ukraine s'est chiffré à 218 millions de dollars en 2004. Le total des exportations canadiennes en Ukraine a atteint 57 millions de dollars en 2004, soit une augmentation de 83 % par rapport à 2002. Les exportations de janvier à juillet de cette année sont à nouveau en hausse de 23 %. Les principales exportations du Canada vers l'Ukraine sont la machinerie agricole, les véhicules, les textiles, les produits pharmaceutiques et les produits de la mer.

Il existe un potentiel commercial important pour les produits et services canadiens dans les secteurs de l'agriculture, du pétrole et du gaz, de la construction ainsi que de l'information et des communications. Le potentiel à long terme de l'Ukraine en tant que nouveau partenaire du Canada est immense; et il est temps que le Canada se positionne sur ce marché, à l'heure où l'Ukraine amorce la déréglementation de son économie et jette les bases d'une nouvelle structure économique en collaboration avec ses partenaires internationaux.

L'intensification des relations commerciales entre le Canada et l'Ukraine ne manquera pas de susciter l'intérêt de la diaspora canado-ukrainienne qui se réjouit du fait que le Canada a toujours été un fervent défenseur de l'indépendance et de la démocratie ukrainiennes.

Renseignements : www.moscow.gc.ca et www.kyiv.gc.ca.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Êtes-vous un entrepreneur canadien prêt à exporter? Avez-vous choisi vos marchés cibles et développé une stratégie d'exportation? Passez-vous des heures à examiner des tonnes de pages Web à la recherche de bons renseignements sur vos marchés? Si vous avez répondu « oui » à ces questions, inscrivez-vous comme client du Service des délégués commerciaux du Canada et obtenez une page Web personnalisée.

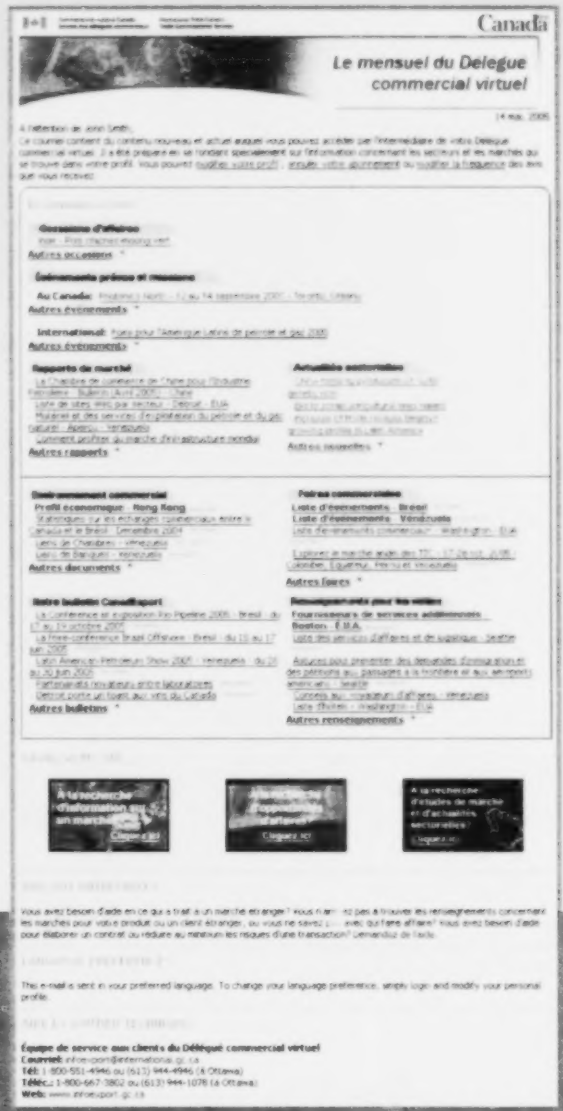
Il est primordial d'agir à temps

Un avis reçu en temps opportun concernant de bons clients potentiels ou une information commerciale de premier intérêt peut faire toute la différence pour votre entreprise en vous avertissant de l'existence d'un nouvel acheteur, d'un nouveau marché ou d'une occasion de faire de bonnes affaires. Nous savons que vous n'avez pas toujours le temps de chercher ce type d'information, c'est pourquoi nous avons amélioré notre système de notification afin qu'il vous soit plus facile d'obtenir l'information souhaitée lorsque vous le désirez.

Vous avez maintenant la possibilité de demander à votre Délégué commercial virtuel de vous avertir des occasions d'affaires et de vous envoyer l'information sur les marchés tous les jours, toutes les semaines ou tous les mois. Vous pouvez même choisir le jour précis de l'envoi.

Dès que vous aurez choisi une fréquence à votre convenance, vous recevrez un bulletin d'information par courriel réunissant automatiquement des renseignements adaptés au profil de votre entreprise. Il n'y a aucune recherche à faire; votre inscription vous donne directement accès aux liens portant sur les occasions d'affaires, les études de marchés ou les articles qui vous concernent.

Il vous suffit de choisir la fréquence à laquelle vous souhaitez recevoir l'information et de laisser le Délégué commercial virtuel faire le reste.



Comment choisir votre fréquence de notification

- Allez à « Votre compte »
- Cliquez sur « Modifier ou annuler votre abonnement... »
- Choisissez « Quotidien, Hebdomadaire ou Mensuel »
- Sauvegardez votre choix

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Service des délégués commerciaux du Canada et recevoir votre Délégué commercial virtuel personnalisé, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Débouchés variés au menu de Gulfood 2006

Dubaï, E.A.U., du 19 au 22 février 2006 > Les exposants canadiens brasseront de nouvelles affaires au 11e **Salon des aliments, hôtels et équipements (Gulfood)**, qui aura lieu en février. Gulfood est le salon de l'alimentation le plus important du Moyen-Orient et celui qui connaît la croissance la plus rapide. Le salon de 2005 comptait plus de 2 000 entreprises de 53 pays et a attiré 29 000 visiteurs, notamment des importateurs, des distributeurs, des détaillants, des représentants du secteur de l'hôtellerie et de la restauration, des fabricants et des représentants d'institutions gouvernementales.

Une demande croissante pour les produits alimentaires de type occidental et une dépendance à l'égard des produits alimentaires importés font de cette région un marché très attrayant. À l'heure actuelle, les importations annuelles de produits alimentaires dans les E.A.U. sont évaluées à environ 3 milliards de dollars.

Agriculture et Agroalimentaire Canada et le consulat du Canada à Dubaï travaillent à l'organisation de la présence canadienne à Gulfood 2006. Les exposants bénéficieront d'avantages et de services de grande qualité comprenant la fourniture de renseignements commerciaux, une séance de réseautage avec des exposants et des acheteurs clés, une brochure contenant une liste des exposants canadiens ainsi qu'une assistance sur place en matière d'organisation et de promotion commerciale.

Cette année marque l'inauguration, à Gulfood, d'une salle des vins et spiritueux, où il y aura un autre pavillon du Canada, en plus de celui que l'on trouvera dans la salle des aliments et boissons. L'harmonie stylistique des pavillons du Canada sera assurée par des éléments graphiques et des revêtements muraux. Le coût global d'un stand de 9 m² dans l'un des pavillons du Canada est de 6 300 $. Toutes les demandes de réservation doivent être faites d'ici le 2 décembre 2005 et seront traitées selon leur ordre de réception.

Le pavillon du Canada à Gulfood 2005.

Renseignements : James Hannah, délégué commercial, consulat du Canada à Dubaï, tél. : (011-971-4) 314-5503, courriel : james.hannah@international.gc.ca., ou Maria De Palo, planificatrice d'événements, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7331, courriel : depalom@agr.gc.ca, site Web : www.ats.agr.gc.ca.

BioFach : pleins feux sur la culture biologique

Nuremberg, Allemagne, du 16 au 19 février 2006 > Les entreprises canadiennes désireuses d'explorer les débouchés offerts par les secteurs des aliments agroalimentaires biologiques et des produits naturels auraient intérêt à exposer leurs produits au pavillon du Canada à **BioFach 2006**, le plus important salon professionnel des aliments biologiques et des produits naturels du monde. Cette manifestation devrait attirer plus de 2 000 exposants et 33 000 visiteurs de 69 pays.

Agriculture et Agroalimentaire Canada et le consulat du Canada à Düsseldorf travaillent à l'organisation de la présence du Canada à BioFach 2006. Les exposants bénéficieront d'un solide soutien et d'un ensemble de services de qualité, comprenant l'envoi d'invitations à des acheteurs clés à l'échelle mondiale, un répertoire des exposants canadiens, une assistance sur place en matière d'organisation, des démonstrations culinaires et un appui à la promotion commerciale.

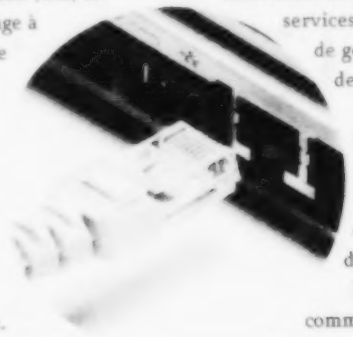
La participation au pavillon du Canada est réservée aux entreprises et aux organisations qui font la vente et la promotion d'aliments biologiques canadiens et de produits certifiés biologiques par un organisme de certification accrédité auprès de l'Union européenne.

Il y aura affluence au pavillon du Canada, qui occupe, dans le hall international, un emplacement idéal permettant de mettre en valeur les stands et d'en assurer la visibilité. Une fois sur place, des employés multilingues d'expérience vous fourniront, à vous et à vos invités, les services et l'expertise voulus. Profitez-en!

Renseignements : Maria De Palo, planificatrice d'évènements, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7331, courriel : depalom@agr.gc.ca, site Web : www.ats.agr.gc.ca/biofach.

Tenue de la foire Info Connect 2006 au Koweït

Koweït, Koweït, du 4 au 10 février 2006 > Les entreprises canadiennes qui veulent offrir des produits et services de technologies d'information et de communication (TIC) de pointe sur le marché koweïtien auront avantage à participer à **Info Connect 2006**, la grande foire des TIC du Koweït. Info Connect est la plus importante foire des TI, des télécommunications et des technologies Internet organisée à l'intention des consommateurs du Koweït. Plus de 3 000 marques de produits y seront présentées, faisant de cette foire l'endroit idéal pour s'approvisionner en produits et services de télécommunications et de TI sur le marché koweïtien.



Info Connect mettra l'accent sur les vastes progrès réalisés dans le domaine des TIC sur la planète. De nombreux vendeurs et fournisseurs internationaux y présenteront leurs produits et services de pointe, notamment des systèmes et du matériel de TI, des systèmes et des réseaux de télécommunications sans fil, des solutions et des services logiciels, des services de TI, des solutions de gouvernement en ligne et des technologies de recherche-développement.

Cette foire attirera plus de 80 000 visiteurs, dont des professionnels des télécommunications et des TI, des décideurs et propriétaires d'entreprises et d'établissements, des gens d'affaires, des utilisateurs privés et des étudiants.

Renseignements : Ibtissam Hajj, agente commerciale principale, ambassade du Canada au Koweït, tél. : (011-965) 256-3025, poste 3352, téléc. : (011-965) 256-4167, courriel : ibtissam.hajj@international.gc.ca, site Web : www.globalconnection.com.kw.

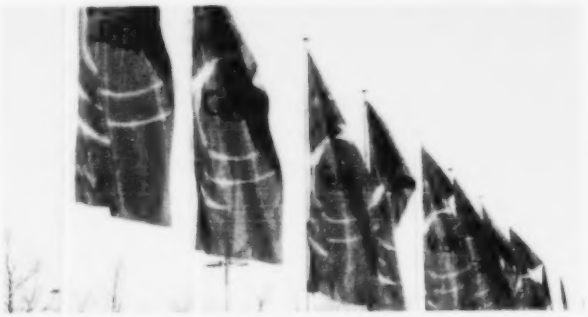
CeBIT : le plus important salon des TIC du monde

Hanovre, Allemagne, du 9 au 15 mars 2006 > CeBIT Hanovre est la manifestation commerciale la plus importante et la plus influente du monde dans le domaine des technologies d'information et de communication (TIC). En 2005, CeBIT a accueilli environ 480 000 visiteurs — plus que toute autre foire commerciale concurrente. CeBIT fournit aux entreprises canadiennes du secteur des TIC l'occasion de tirer profit des nouveaux débouchés qu'offrent l'Union européenne (marché d'environ 500 millions de personnes à l'heure actuelle), l'Asie, le Moyen-Orient et les Amériques. Plus de 25 % des visiteurs qui ont assisté à CeBIT 2005 venaient de l'extérieur de l'Allemagne.

Ce salon annuel, organisé par Deutsche Messe AG, se déroule au Hannover Exhibition Grounds en Allemagne. D'une durée de sept jours, CeBIT 2005 offrait une superficie nette d'exposition de plus de 3 millions de p², comptait 6 240 exposants et a attiré plus de 10 000 journalistes.

Les trois grands thèmes de CeBIT englobent tous les aspects des solutions, produits et services des TIC : processus opérationnels, divertissement numérique ainsi que services connexes et communications. Le programme prévoit des attractions spéciales qui viendront compléter le volet exposition de la foire, notamment des systèmes bancaires et financiers et le Center for Information Security (CeFIS). En outre, les conférences données par des spécialistes et les exposés faits par les entreprises dans le cadre de CeBIT font de cette manifestation un des plus vastes congrès de TIC dans le monde, où les tendances et les solutions d'avant-garde sont présentées à un public dynamique composé de spécialistes du milieu.

En 2005, CeBIT a attiré 54 entreprises du Canada. Depuis 1086, des entreprises canadiennes de TIC ont participé au salon à titre d'exposants à un stand autonome, à un stand national ou avec des partenaires



européens. ATI, Cognos, Consultronics, Hummingbird, Lava Computer MFG et Nortel ont tous déjà participé à CeBIT et reconnaissent la valeur de cette participation.

Un pavillon canadien des communications, aménagé par Calgary Wireless City (gouvernement de l'Alberta), offrira des installations et des services communs dans une aire d'exposition à caractère national ouverte aux exposants autres que ceux de l'Alberta, dont les produits relèvent du domaine des communications. De plus, le gouvernement de l'Ontario mettra sur pied un pavillon du logiciel de l'Ontario par l'entremise de sa division de promotion des exportations, Ontario Export inc.

Pour de plus amples renseignements sur la gamme complète des options d'exposition à CeBIT, communiquez avec Co-Mar Management Services, tél. : 1 800 727-4183, courriel : info@hf-canada.com, site Web : www.hf-canada.com. Site Web de CeBIT : www.cebit.de.

Une firme de communication d'Atlanta en quête de partenaires

Atlanta, Géorgie (É.-U.) > La firme américaine communiqué Xpert messaging est un fournisseur de services logiciels qui offre des solutions de communication intégrées sur le Web, entre autres des services de gestion de télécopie électronique, des services de téléphonie par Internet (VoIP) et des solutions de téléconférence et de réunion sur Internet. Elle souhaite intégrer ses solutions à des logiciels de gestion compatibles et recherche des partenaires qui revendront ses services ou les offriront sous leur marque en tant que composants de leurs produits intégrés.

Renseignements : Michael Schrimsher, vice-président directeur, communiqué Xpert messaging, tél. : (404) 494-0008, courriel : michael@communiquexpert.com, site Web : www.communiquexpert.com.

Entreprise de transactions en ligne recherche partenaires canadiens

Atlanta, Géorgie > Inventech, Inc. est une entreprise d'Atlanta qui fabrique du matériel en attente de brevet pour l'authentification sécurisée des transactions électroniques. Il s'agit de matériel qui exploite une technologie destinée principalement aux opérations bancaires et aux paiements en ligne. Jusqu'à présent, cette technologie a surtout été appliquée aux transactions effectuées par des particuliers à partir de leur domicile, de leur lieu de travail ou d'un autre endroit privé.

Inventech recherche activement des partenaires stratégiques canadiens pour la création commune de produits qui feront progresser cette technologie et en étendront les domaines d'application. L'évolution technologique et l'expansion des marchés sont les deux principaux objectifs d'une telle association. Ainsi, les partenaires canadiens devraient essentiellement posséder les compétences technologiques nécessaires à l'amélioration des capacités communes de recherche-développement et avoir des liens étroits avec les banques canadiennes pour favoriser la pénétration du marché canadien.

Renseignements : Dipankar Sarkar, président, Inventech, Inc., tél. : (678) 787-0123, téléc. : (775) 871-3358, courriel : sarkar@inventechinc.com, site Web : www.inventechinc.com.

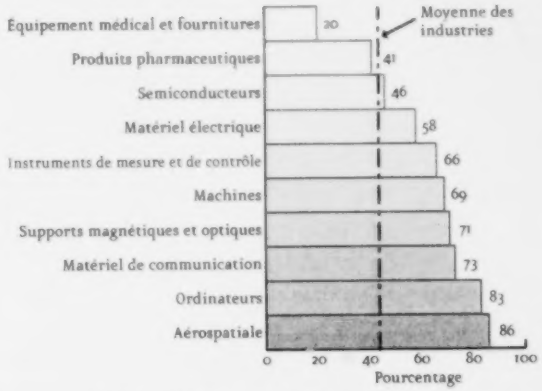
FAITS ET CHIFFRES

Les fabricants canadiens de haute technologie dépendent des marchés étrangers

De nombreuses industries canadiennes sont lourdement tributaires des marchés étrangers, particulièrement celles qui accordent une place importante à la R-D. En 2003, les industries manufacturières canadiennes axées sur la R-D ont exporté 61,2 % de leur production, en moyenne, comparativement à 49,5 % pour l'ensemble des industries manufacturières. La part de la production exportée des industries de l'aérospatiale et des ordinateurs est particulièrement élevée, atteignant plus de 80 %. Quant à l'industrie des produits pharmaceutiques, sa part est à peu près comparable à la moyenne nationale, mais il importe de signaler qu'elle est passée de 15,3 % en 1994 à 40,6 % en 2003. Le commerce extérieur demeure un important facteur de réussite de ces industries canadiennes.

Information fournie par la Direction de l'analyse commerciale et économique (www.international.gc.ca/eet).

Part de la production exportée : industries manufacturières canadiennes axées sur la R-D



Source : Calculs de CICan fondés sur les données de Statistique Canada.

MANIFESTATIONS COMMERCIALES

AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

Stockholm, Suède
Du 24 au 27 avril 2006
Organisés tous les trois ans comme une manifestation commerciale double, les salons **GastroNord** et **Vinordic** attirent plus de 60 000 visiteurs et 550 exposants et fournissent aux exportateurs canadiens d'aliments et de boissons destinés à l'hôtellerie et à la restauration une excellente occasion d'établir des contacts avec les distributeurs locaux.
Renseignements : Maria Stenberg, déléguée commerciale, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3020, courriel : maria.stenberg@international.gc.ca.
Sites Web : www.gastronord.com et www.vinordic.com

ARTS ET INDUSTRIES CULTURELLES

Londres, Royaume-Uni
Du 5 au 7 mars 2006
Participez à la **London Book Fair**, la principale activité de l'industrie de l'édition au printemps : salons, séminaires et multiples possibilités de réseautage et de ventes.
Renseignements : Association pour l'exportation du livre canadien, courriel : aecb@aecb.org.
Site Web : www.lbf-virtual.com

Cannes, France
Du 17 au 26 mai 2006
Le **Festival de Cannes**, la plus importante rencontre cinématographique du monde, réunit des milliers d'acheteurs, de producteurs et de réalisateurs et s'intéresse particulièrement au cinéma indépendant.
Renseignements : André Dubois, délégué commercial, ambassade du Canada en France, courriel : france-td@international.gc.ca.
Site Web : www.cannesmarket.com

Bâle, Suisse
Du 14 au 19 juin 2006
Lieu d'exposition des œuvres de 2 000 artistes et lieu de réunion de plus de 50 000 participants, **Art 37 Basel** est la principale vitrine mondiale des arts visuels des XX^e^ et XXI^e^ siècles.
Renseignements : Lakshmi Kern, adjoint à la promotion commerciale, ambassade du Canada en Suisse, courriel : bern-td@international.gc.ca.
Site Web : www.artbasel.com

MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

Stockholm, Suède
Du 24 au 27 janvier 2006
Nordbygg est le plus important lieu de réunion de l'industrie de la construction en Europe du Nord. Il rassemble les principaux acteurs de l'industrie : architectes, constructeurs, propriétaires et autres. L'édition 2004 comptait 820 exposants et elle a attiré quelque 60 000 visiteurs venant de 48 pays.
Renseignements : Maria Stenberg, déléguée commerciale, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3020, courriel : maria.stenberg@international.gc.ca.
Site Web : www.nordbygg.com

MÉTAUX, MINÉRAUX ET ÉQUIPEMENT

Le Cap, Afrique du Sud
Du 7 au 9 février 2006
Mining INDABA 2006, la 11^e^ conférence annuelle sur l'investissement dans l'industrie minière africaine, est une importante activité organisée en Afrique et consacrée à l'exploitation minière à laquelle participent annuellement les principaux dirigeants de l'industrie minière mondiale et du secteur de l'investissement international.
Renseignements : Gwenaele Coubrough, déléguée commerciale, bureau commercial du haut-commissariat du Canada à Johannesburg, courriel : jobrg@international.gc.ca.
Site Web : www.iiconf.com/Africa06

PÉTROLE ET GAZ

Le Cap, Afrique du Sud
Du 22 au 24 mars 2006
Quiconque recherche des débouchés importants dans le secteur pétrolier et gazier en Afrique ne ratera pas l'exposition-conférence **OIL AFRICA 2006**. La conférence réunira des délégués de très haut niveau, tandis que l'exposition attirera des milliers de décideurs de l'industrie.
Renseignements : Gwenaele Coubrough, déléguée commerciale, bureau commercial du haut-commissariat du Canada à Johannesburg, courriel : jobrg@international.gc.ca.
Site Web : www.fairconsultants.com/oilafrica06.htm

SECTEUR DE LA FORÊT

Göteborg, Suède
Du 23 au 26 août 2006
Participez à **Wood Products & Technology**, le salon le plus complet de l'industrie du bois en Scandinavie. On y trouve une gamme complète de produits et services pour tous les secteurs de l'industrie. L'édition 2006 mettra l'accent sur la charpenterie.
Renseignements : Maria Stenberg, déléguée commerciale, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3020, courriel : maria.stenberg@international.gc.ca.
Site Web : www.traochteknik.se

SECTEUR DE LA SANTÉ

Hyderabad, Inde
Du 2 au 4 décembre 2005
PHARMAceutical EXPO 2005 se tiendra en même temps que le 57^e^ congrès pharmaceutique de l'Inde et attend plus de 6 000 visiteurs, membres de l'industrie : hauts dirigeants, pharmaciens, agents de la réglementation, chercheurs, administrateurs d'hôpitaux et universitaires.
Renseignements : Kishore Kumar, délégué commercial, consulat du Canada à Chennai, tél. : (011-91-44) 2833-0888, courriel : kishore.kumar@gocindia.org.
Site Web : www.pharmaceuticalexpo.com

SERVICE DE RENSEIGNEMENTS

Le Service de renseignements de Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-9136, courriel : **enqserv@international.gc.ca**, Site Web : **www.international.gc.ca**

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication n° 40064047